

【施策番号 I-1-01】

分野	戦略	魅力的で、豊かな基盤を持ち、世界に飛躍する農林水産業
経済上昇くまもと	重点的に取り組む施策	県産品の認知度向上と販売チャネルの拡大

1 施策の概要 (PLAN)

(1)背景	(4)取組みの概要
<ul style="list-style-type: none"> <li>●現在の農林水産業は、価格低迷や燃料・飼料価格高騰等により、厳しい経営状況にある。</li> <li>●農林水産物の大産地でありながら、大消費地での県産品の知名度は低い。</li> <li>●県産材を取り巻く状況は、木材価格の低迷など、依然として厳しい状況にあり、また、本県の海面漁業の魚介類は少量多品種の特徴がある。</li> </ul>	<p>【①県産品の認知度向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サポーター・誘友大使の口コミ推進、知事によるトップセールスなどにより、県外での県産品の認知度向上に取り組む。</li> </ul> <p>【②販売チャネル拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「熊本の顔」として、本県の農林水産物の牽引役となる品目「くまもとイチ押しブランド」(高精度トマト、いちご「ひのしずく」、梨「秋麗」、お中元デコボン、とろけるみかん、地鶏「天草大王」、豚「肥皇」、特Aコシヒカリ、いぐさ「ひのみどり」、牡蠣「クマモト・オイスター」の10品目)の確立のため、品質管理の体制整備や安全安心な農林水産物づくりを行う。</li> <li>・農林水産品の輸出拡大、品質の確かな木材を安定的に供給する体制づくり、「くまもと四季のさかな」の地産地消推進など、販売チャネルの拡大に取り組む。</li> </ul>
(2)めざす姿	
<ul style="list-style-type: none"> <li>●熊本の高品質かつ安全・安心な農林水産物を継続して生産できる「魅力的で、豊かな基盤を持ち、世界に飛躍する農林水産業」をめざす中で、熊本ブランドの認知度を向上させ、販路を拡大するなど販売額の拡大を図り、「稼げる」産業にする。</li> </ul>	
(3)解決すべき課題	
<ul style="list-style-type: none"> <li>●客層が異なる小売店等を活用した幅広い消費宣伝の強化等による認知度向上と販売チャネルの拡大を図る必要がある。</li> <li>●県産材の利用促進に向けた効果的な取組み推進、水産品の地産地消やブランド化の推進を図る必要がある。</li> </ul>	

2 施策の主な構成事業 (DO)

取組みの概要	担当課	平成21年度事業/決算(千円)	平成22年度事業/当初予算(千円)
県産品の認知度向上	農業技術課	安全安心なくまもと農林水産物PR促進事業(うち一部)	7,733
	農産物流通企画課	くまもとの宝トップセールス事業	8,980
	水産振興課	くまもと地魚マスター認証制度事業	1,605
	くまもとブランド推進課	中小企業海外チャレンジ支援事業	11,802
販売チャネルの拡大	農産課	茶・たばこ産地支援事業	2,295
		—	—
		くまもとの米・麦・大豆魅力アップ事業	33,440
	園芸課	魅力あるくまもとブランド園芸産品づくり推進事業	9,874
		—	—
	畜産課	くまもと畜産物流通戦略対策事業	7,210
	農産物流通企画課	量販店連携農産物販売促進事業	2,400
		県産農林水産物輸出促進事業	11,457
		総合直販サイト推進事業	1,038
	林業振興課	山の幸地域づくり支援事業	2,581
		林業・木材産業振興施設等整備事業	501,566
		乾燥材供給体制緊急整備事業	35,188
		—	—
		—	—
		—	—
		—	—
水産振興課	くまもと森と木の家づくり推進事業	18,890	
	くまもと木づかいの家推奨事業	1,994	
	森を育てる間伐材利用推進事業	120,615	
	くまもと四季のさかな流通支援事業	5,374	
—	—	—	

3 施策の評価 (CHECK)

(1)指標の推移						
指標(単位)	策定時	H21	H22	H23	目標値	目標値の説明
1 農林水産業の生産額(億円/年)	3,517 (H18) 〈達成度〉	3,596 (H19) ...	3,563 (H20) 93.8%		3,800	県食糧・農業・農村計画、県特用林産振興基本計画、県水産振興基本構想から算出
2 くまもとイチ押しブランドの生産目標達成割合(%) ※平成22年度に設定した指標	25 (H19) 〈達成度〉	25 (H20) 25.0%	30 (H21) 30.0%		100	くまもとイチ押しブランド(10品目)の生産目標に対する達成割合の平均値
3 県産農林水産物輸出額(億円/年)	27.7 (H18) 〈達成度〉	21.3 (H20) 49.5%	19.7 (H21) 45.8%		43	県と連携して輸出促進に取り組む団体の実態調査に基づく実績値からの推計値

(2)指標の分析	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・農畜産物の生産額は、一部の品目で収量及び単価が上昇したため平成19年度に比べ増加しているものの、林業は木材価格の低迷により、水産物も海面養殖の生産量の減少に伴い生産額は減少し、農林水産業の生産額は減少となった。</li> <li>・イチ押しブランドは平成21年度からの取組みで、一部の品目で試験的な栽培や販売が始まっており、今後、生産量が増加する見込み。</li> <li>・農林水産業の輸出は、平成20年度に比べ、農産物はLL牛乳、梨、いちご「ひのしずく」の輸出額が大きく伸びたが、県産木材は韓国での円高ウォン安などの影響のため、水産物は米国の金融危機などの影響による需要の低下のため輸出額が減少し、全体では減少となった。</li> </ul>	

(3)平成21年度取組みの主な成果	
<p>【①県産品の認知度向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「熊本型特別栽培農産物(有作くん)」、「くまもと産原木しいたけ」及び「熊本県適正養殖業者認証制度」で、統一性のあるロゴマークや販売促進資材を作成し、認証制度等の周知活動とともに県産品の品質や安全性をアピールした。</li> <li>・知事記者会見等で県産農林水産物のPRを29回実施した。また、くまもと誘友大使への情報発信、地魚マスターの認証(6名)などを行うと共に東京やシンガポールで知事のトップセールスを4回実施し、国内外に対して農林水産物の認知度向上を図った。</li> </ul>	

(4)平成22年度取組み方針、取組み状況	
<p>【①県産品の認知度向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中間流通から消費者まで、多方面にわたるPR活動を更に充実する。特に大消費地で安全安心な県産品の認知度を向上させるため、知事のトップセールスを有効に活用したPR活動などに取り組むとともに、輸出の拡大に向けた商談会の開催やPR等を行う。</li> </ul> <p>【②販売チャネルの拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・くまもとイチ押しブランド確立のため、梨「秋麗」で試験販売を開始し、高い評価を得た。</li> <li>・地鶏「天草大王」では、県誘致企業商品(ビール)とのタイアップによる認知度向上に加え、生産基盤の拡充や品質の均一化に取組み、取扱店舗が239店舗(54店舗増)となった。</li> <li>・大消費地の連携量販店での試験販売及び販促活動を年間23回実施し、連携店舗関係者が来熊する産地研修を年間8回開催し、産地理解と販売力強化を図った。</li> <li>・補助事業により、高性能林業機械や木材加工施設の導入を行い、低コストで品質・性能の確かな木材の供給体制づくりを行った。また、197戸の住宅に県産木材を提供し、地産地消の意識醸成や県産材の需要拡大を図った。</li> </ul>	

(5)施策を推進する上での課題	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・店頭などでのくまもとの認知度は年々増加傾向にはあるものの、熊本に関する継続的な情報提供などをとおして、熊本の農林水産物のサポーター(くまもとのファン)を増やす必要がある。</li> <li>・全国ブランドとなるためには、量的拡大と更なる品質向上を継続して行い、評価確立・信頼確保を図る必要がある。</li> <li>・農林水産物の輸出を底上げするには、専門的な相談・助言体制づくりが必要である。</li> </ul>	

(4)今後の方向性 (ACTION)	
次年度に向けた施策展開の方向性	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・産地と連携しながらこだわりのある品質管理体制を整備し、おいしく、安全安心を基本とした農林水産物づくりを行う。また、国内外におけるトップセールス等により、消費者の信頼確保・認知度向上を図る。</li> <li>・くまもとイチ押しブランドの推進及び確立と県産品の地産地消を推進し、県内外における消費拡大を図る。</li> <li>・木材の生産性向上・高品質化・安定供給体制の整備とともに、県産材を積極的に使用した木造住宅の施工や新用途での県産材の需要拡大を図る。</li> <li>・「四季のさかな」をはじめとした県産魚介類の更なる認知度向上や消費拡大を図る。</li> </ul>	